23

Publique su propio periódico:

Con ayuda de la tecnología

La nueva tecnología de impresión ha hecho posible publicar un periódico pequeño con sólo una modesta inversión y la voluntad de sacrificar largas horas.

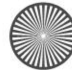
El primer adelanto que hizo disminuir la inversión inicial se produjo hace 30 años con la llegada de la fotocomposición - tipografía en frío- y la impresión offset. Gracias a esos inventos, cualquier persona que aspirara a publicar ya no tenía que invertir grandes sumas en comprar linotipias de metal fundido, aquellas máquinas cascarrabias que exigían operadores experimentados y componían caracteres a razón de sólo 12 líneas por minuto.

Ni tampoco necesitaba el futuro publicador invertir grandes sumas en una rotativa. La impresión offset no requiere las pesadas planchas estereotípicas de impresión tipográfica. Con offset, las páginas pegadas, listas para filmar, pueden transportarse fácilmente a una impresora subcontratada a millas de distancia. La fotocomposición puede usarse con impresión tipográfica, pero se requieren planchas a relieve poco profundas y la calidad de la impresión no se iguala a la del offset.

Ahora un segundo gran adelanto - publicar desde el escritorio - ha simplificado aún más la creación de un pequeño periódico y se ha convertido en la tendencia futura. Con equipos que caben sobre un escritorio (de ahí el nombre de desktop) una misma persona director de publicación, editor y hombre orquesta puede producir desde el teclado de una computadora y dispositivos auxiliares, los caracteres, las ilustraciones y las páginas terminadas que publicará una impresora láser.

El meticuloso proceso de pegadura que exige la fotocomposición queda eliminado y se ahorra mucho espacio físico, tiempo y costos de mano de obra y suministros.

Hay una legión de historias sobre iniciadores de periódicos ahora florecientes que comenzaron con la mesa del comedor como mesa de redacción y un mimeógrafo como imprenta. Aquellos ejemplares manchados se parecían muy poco a un periódico tradicional aunque podían conte-

ner noticias importantes. Por el contrario, un embrión de periódico puede aparecer ahora profesional desde el primer día.

En otros capítulos de este libro aparece información sobre los principios fundamentales del buen periodismo y las estructuras principales y de apoyo de un periódico. Esos fundamentos se aplican a todos los periódicos, grandes y pequeños, y no es necesario repetirlos. En cambio, en este capítulo se tratan algunas de las cuestiones que conviene examinar al que espera publicar su pequeño periódico.

Encontrar una impresora

Encontrar una impresora offset a una distancia factible es un buen lugar para comenzar. La búsqueda debe partir de periódicos que tengan buenas imprentas offset y tiempo libre para alquilarlas. Como las imprentas son tan caras, el dueño puede mantenerlas trabajando para recuperar su inversión lo más rápido posible, ya sea para su propio periódico o con contratos de impresión. En ocasiones hay casas impresoras dedicadas únicamente a imprimir por contrato. Las imprentas son de alimentación por pliegos sueltos o por bovinas de papel continuas. Las alimentadas por pliegos imprimen hojas sueltas de varios tamaños, siendo muy común la de 17 por 22 pulgadas. Pero los periódicos suelen imprimirse a partir de bovinas de papel en que el pliego continuo va pasando por todos los rodillos de la rotativa. La capacidad de las páginas depende del número de unidades de imprenta. Una imprenta por alimentación continua suele imprimir en más de un color y entrega cada ejemplar del periódico doblado y listo para la distribución.



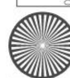

La opción de impresora determina las posibilidades de formatos de página. Las distintas imprentas usan diferentes anchos de bovinas de papel. ¿Quiere Ud. publicar en formato de sábana - pliego amplio - o un tabloide, que es la mitad del gran formato? Muchos editores noveles prefieren el tabloide porque por la misma cantidad de noticias y anuncios da un mayor número de páginas y se ve más abultado que el de gran formato, lo cual es deseable. Un tabloide de 16 páginas parece más voluminoso que un periódico de gran formato de ocho, aunque el área impresa es casi la misma.

En cualquier caso, hable con tantos impresores por contrato como pueda, infórmese sobre precios y servicios y posponga la firma de un contrato hasta haber conocido bien el negocio de la impresión.

Observe el ciclo de impresión

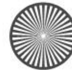
Es buena idea observar varios ciclos de elaboración de planchas de impresión, la alimentación de los rodillos con la bovina de papel continuo, y ver la rotativa produciendo ejemplares de un periódico ajeno. Dicha observación también le informará sobre la calidad de la impresión, que de-









pende del equipo y los operarios. Fíjese en la aplicación de la tinta, la ausencia de borrones, la buena reproducción de imágenes, el corte cuidadoso de las páginas, etc.

Con el impresor, Ud. debe enterarse qué tamaño de páginas, (en imprentas de alimentación continua) es el más económico de imprimir, la capacidad de impresión y el cronograma de impresión para su futuro periódico.

Piense en términos del mayor periódico que Ud. pueda producir. ¿Será de 16 páginas, 24, 48? ¿Tendrá capacidad la imprenta en cuestión para el mayor periódico que Ud. se propone?

Los impresores suelen ofrecer otros servicios opcionales más allá del proceso de conformación de las planchas por la cámara; por ejemplo, dirigirlo al destinatario, enviarlo por correo (si es esa la vía de distribución), recogida de las planchas de las páginas y entrega del periódico impreso.

Y desde luego, el precio. Algunos impresores tienen una tarifa fija para los primeros mil ejemplares de un periódico con determinado número de páginas. El costo por millar de ejemplares desciende a medida que aumenta la tirada. El precio puede depender del día de la semana. Los semanarios en los Estados Unidos y el Canadá prefieren imprimir los miércoles o jueves. Los días favoritos de publicación pueden variar en otros lugares. En días de menor demanda se puede obtener un precio más favorable del impresor.



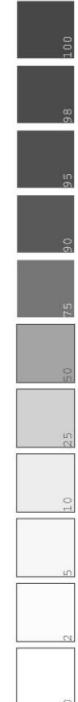

Hay costos adicionales por un mayor trabajo de cámara en las imágenes, y desde luego que también es adicional el proceso a color o por puntos.

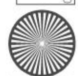
Garantice estabilidad de precios

En condiciones ideales, conviene buscar un acuerdo de que el impresor no aumentará el precio durante un período estipulado. O puede Ud. aceptar una salvedad de que los precios pueden aumentar si y sólo si aumenta el precio del papel periódico. De cualquier modo, el impresor será una persona clave en su futuro negocio, de modo que traten de comprenderse.

Pero no firme aún el contrato. Ya conoce hasta dónde asciende uno de los costos de operación importantes: la impresión. Probablemente ya tenga formada su preferencia en cuanto al formato de página. Ya puede tomar una decisión firme, consciente de las capacidades de la imprenta y su formato de operación más eficiente.

Ahora que ha encontrado a un impresor disponible, supongamos que ya ha adquirido o arrendado espacio de oficinas, o sabe dónde conseguirlo rápido. Está listo para escoger entre fotocomposición o la computadora desktop para publicar. Una mayoría de expertos asegura que publicar con la computadora es ya la mejor opción por largo trecho - y sigue incluso mejorando.

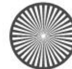












La computadora de un sistema de publicación desktop puede usarse también para otros fines ajenos a la producción de la página, tales como llevar las cuentas y escribir cartas. Como el sistema puede generar información gráfica (cartas, mapas, gráficos) el periódico puede emplear estas ilustraciones ampliamente y sin costo adicional. La fotocomposición necesita productos químicos para revelar el papel fotosensible, productos cuya eliminación presenta un riesgo para el medio ambiente. El sistema con la computadora desktop no plantea este problema.

La primera generación de impresoras láser - dispositivo de salida para la publicación por computadora desktop - imprime en hojas de 8 ? por 11 pulgadas u 8 ? por 14. El primero es el tamaño normal del papel de cartas en los Estados Unidos, y el segundo el tamaño legal. Tres de estas hojas yuxtapuestas producen una página de tabloide; seis producen el gran formato. No se confunda con el total de pulgadas: las hojas se solapan en dependencia del diseño tipográfico de la página del periódico.

Ya hay impresoras láser que pueden producir el gran formato completo, pero la tecnología es bastante cara y aún no del todo confiable. Al momento de escribir estas páginas, o sea en 1990, un sistema desktop con impresora láser de 8 ? por 11 pulgadas tenía un precio por debajo de 10 000 dólares.



Opciones para la composición

Si por razones ya mencionadas u otras su decisión es, no obstante, la fotocomposición, tendrá amplias opciones de equipos. Las máquinas son pequeñas y caben perfectamente en el rincón de una oficina. Suele haber equipos de segunda mano con un ahorro considerable. En ocasiones se ofertan equipos arrendados. Pero cuando considere opciones de equipos usados recuerde que una rotura paraliza la producción. De cualquier modo, póngase en contacto con los grandes fabricantes y agentes y observe cómo funcionan sus equipos antes de echar mano a la chequera. Y no olvide preguntar por el servicio de reparación y mantenimiento.



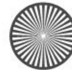
Independientemente de su opción de fotocomponedor, también necesitará un procesador o revelador para revelar las imágenes en el papel recubierto de sustancias químicas que se expone a la luz en el componedor. Estos reveladores, a propósito, requieren cuidadoso mantenimiento.

Si el costo de un fotocomponedor y el revelador resulta demasiado caro y no le gusta el sistema desktop, puede ahorrar dinero produciendo los textos en una máquina de escribir eléctrica que posibilite el espaciamiento proporcional de los caracteres alfabéticos y distintas fuentes de tipos cambiando de bola de metal removible que contenga todos los caracteres. Las máquinas de escribir tienen obvias limitaciones, pero algunas producen columnas justificadas y la fuerza constante de







las impresiones del golpe de letra ya está garantizada.

Desde luego que las tiras de texto fotocompuestas tienen que armarse; es decir, pegarse, para formar las páginas. La operación de pegar requiere mesas alumbradas con cubiertas translucidas de plástico o cristal, enceradores para aplicar la sustancia adhesiva y distintas hojas de corte, reglas de T, etc. Es un proceso exigente y es importante contar con condiciones de trabajo óptimas.

En este análisis se asume que Ud. ha decidido publicar un periódico porque cree que hay un mercado que le permitirá obtener una ganancia por pequeña que sea, o por lo menos pagar los gastos, al tiempo que hace llegar su voz a la comunidad y le sirve cubriendo noticias. Veamos algunas de las cuestiones que quizás pasaron por su mente.

¿Existe una necesidad o demanda para este periódico que quiere producir? ¿Hay otras publicaciones establecidas que le puedan copar el mercado antes de que pueda establecerse? ¿Cuál es el potencial de ingresos? ¿Será una combinación de ventas de circulación y anuncios o uno de los dos? Distribuyendo ejemplares gratis se puede llegar a más lectores, factor éste importante para la publicidad, pero se sacrifican los ingresos por circulación. ¿Y cómo distribuirá los ejemplares: por correo, en estaquillos, entrega a suscriptores, o alguna combinación de éstas?



Cubrir las plazas

¿Cómo cubrirá las plazas? ¿Quién realizará las diversas tareas requeridas? Por muy trabajador que sea, Ud. no puede hacerlo todo. ¿Lo acompañarán su cónyuge e hijos? ¿Quién se encargará de reportar, editar y procesar las noticias? ¿Qué tipo de imagen quiere crear con el contenido noticioso? Si quiere anunciar, ¿quién venderá y creará los anuncios? ¿Cuáles serán las tarifas de anuncios y de circulación? ¿Quién manejará la circulación? ¿Quién limpiará la oficina, pagará las cuentas y conformará la nómina (si es que la hay)?

Ésas y muchas otras preguntas exigen respuestas, y éstas a su vez dependen mayormente de sus recursos, el mercado y el sueño que Ud. acaricie. Otros que han recorrido este difícil sendero afirman que no faltan personas que quieran sumarse a la causa sin paga, por lo menos a corto plazo; tal es el atractivo de la prensa. Pero pronto Ud. necesitará un personal pagado. Desde el principio, profesionales claves como los vendedores de anuncios, los encargados de la circulación y la producción, deben ser compensados si es posible.

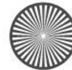
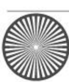


El nacimiento de un periódico es un acontecimiento emocionante, ya sea para una comunidad o para un grupo o sector específico, si el mercado a que está dirigido es de personas con algún interés común y no una zona geográfica. En su semana de trabajo de 70 horas, aproveche ese en-







tusiasmo inicial. Haga circular la noticia de su nuevo periódico a través de la comunidad o el sector especial al que va dirigido.

Suponiendo que no opte por la distribución gratuita a largo plazo, aun así, más vale que cuente con distribuir gratis los primeros cuatro o cinco números, quizás más. Al cliente le gusta inspeccionar el producto antes de comprar, y a Ud. le conviene que los clientes adquieran el hábito de pedir su periódico antes de pedirles que paguen por el gusto de hacerlo.

Haga que esos primeros números sean de los mejores que va a producir en su vida, o enfrente el riesgo de morir al nacer. Antes del primer número, haga la prueba en seco uno o dos días. Las noticias aportadas por los reporteros, la edición, la colocación de anuncios imaginarios; todo, salvo la impresión real. Las pruebas en seco sacan a la luz las debilidades en el proceso.

En esos primeros números que se distribuyen gratis, aclare cuántos números serán gratuitos antes que los lectores deban suscribirse, o comprarlos en el estanquillo. Si le interesan las suscripciones, incluya en el periódico un cupón bien visible que facilite el trámite de suscripción. Mientras los números sean gratuitos, además proponga el periódico por teléfono si es factible. Fije un precio de suscripción o de estanquillo que junto con los ingresos por publicidad (si los hay) por lo menos cubra los gastos.

Si le interesa la publicidad, debe tener buen éxito en los primeros números. Las publicaciones nuevas son muy solicitadas y los anunciadores suelen estar dispuestos a colocar anuncios iniciales mientras dure el elemento de curiosidad.

Y ya está en camino. No sucumba a la euforia en su nuevo papel de director o de dueño de un periódico.

Vigile los costos. Una vez más reiteramos que debe mantenerlos dentro de las proyecciones del primer año de ingresos que Ud. preparó después de analizar el mercado y la competencia. El secreto para mantener la prensa libre de control es su capacidad para pagar las cuentas.

Eleve la calidad de la cobertura noticiosa: la calidad satisface al lector y ofrece un ambiente favorable para los anunciadores. La clave del éxito para un periódico comunitario es dar información que ayude al lector a enfrentar la vida en la comunidad en todos los aspectos.

Haga todo esto y más y tendrá la oportunidad de sobrevivir y prosperar y sentir la satisfacción de servir a los lectores aunque haya comenzado con un capital modesto.





